

Mit einer ideologiekritischen Diskursanalyse im Sinne Michel Foucaults liefert die vorliegende Monographie einen ersten kommunikationswissenschaftlichen Ansatz zur gesellschaftlichen Wissensbildung über Popmusik. Wie schließen sich seit Entstehen der Kulturindustrie Meinungen und Kommunikation zum Diskurs über populäre Musik zusammen? Wie konstituiert sich demnach gesellschaftliches Wissen über die Popmusik des 20. Jahrhunderts? Entlang unterschiedlichster Äußerungen aus kultur-, gesellschafts- und kunstwissenschaftlichen Disziplinen beschreibt der Autor die gewachsenen Diskursstränge der Frankfurter Schule, des britischen Kulturalismus oder der postmodernen Medientheorien, die sich vor dem Hintergrund sozialer und ökonomischer Umbrüche zur Signatur des Diskurses zusammenschließen. „Kulturindustrie und Popmusik“ versteht sich als Beitrag einer diskurstheoretisch orientierten Kommunikationswissenschaft zur Geschichtsschreibung der Popmusik und möchte gleichfalls als textanalytische Forschung über die Erforschung populärer Musik gelesen werden.

Ekkehart Fleischhammer

Ekkehart Fleischhammer (M.A.), geboren in Frankfurt am Main. Studium der Kommunikationswissenschaft an der UGH Essen. Betreiber des CD- und Schallplattenlabels „Sonorama Records“ und der Musikagentur „Erste Sekunde“. Lebt und arbeitet in Berlin.